ILMO SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SERGIPE

PROTOCOLO

ORGÃO	NÚMERO	DATA
CPL/C		25/04 às 11:40hs
ASSUNTO: Recurso Administrativo à Concorrência nº 001/2020		
FL / ANEXO	RÚBRICA	MATRÍCULA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020
LICITAÇÃO Nº 19/2020

G2 AGÊNCIA DEPUBLICIDADE, PROPAGANDA E COMUNICAÇÃO VISUAL LTDA., inscrita no CNPJ Nº 09.121.359/0001-91, localizada a Rua Lúcio Mota, 122, Bairro Grageru, em Aracaju/SE, por seu representante legal ao final firmado, vem pelo presente e de forma tempestiva propor

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face da decisão prolatada em reunião datada do último dia 20 de abril do corrente ano, com espeque na legislação de regência aplicável, e especialmente conforme subitem 23. 1 do instrumento convocatório.

I – DA TEMPESTIVIDADE:

O presente recurso se revela intempestivo, tendo em vista que fora na registrado em ata que o prazo se iniciaria a partir da publicação do resultado do julgamento no Diário Oficial, o que se deu no dia 20 de abril, conforme faz prova a publicação da intimação constante dos autos do processo.

Considerando que se exclui o dia de início, e se inclui o dia final, conta-se o prazo de recurso a partir do dia 22 de abril (quinta-feira), e tendo em vista também que apenas se consideram os dias úteis, concluímos que o termo final é o dia 28 de abril, data de registro da presente peça.
Não havendo, pois, dúvidas quanto a tempestividade, passemos a seu mérito.

II – DOS FATOS:

A Presidente da Comissão de Licitações da Assembleia Legislativa publicou certame para contratação de agência de publicidade, tendo comparecido ao certame empresas especializadas no ramo, que apresentaram todos os seus invólucros, conforme exigido em edital.

Após feitos os tramites para se manter o sigilo dos invólucros, a Presidente suspendeu o certame para encaminhar os mesmos à apreciação da Subcomissão técnica, que avaliou e valorou todas as propostas, conforme diretrizes registradas nas atas constantes dos autos.

No último dia 15 de abril, a Presidente retomou ao certame e, na presença dos participantes, procedeu a leitura da ata de julgamento, informando o resultado das avaliações e a pontuação total de cada licitante.

Feito este brevíssimo relatório, passaremos a dissecar e contra-argumentar as análises da Subcomissão técnica.

III – DAS PONTUAÇAO ATRIBUÍDA AO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS DO ENVELOPE 01 – VIA NÃO IDENTIFICADA:

Em análise às pontuações atribuídas à esta Recorrente quanto aos critérios elencados no instrumento convocatório, pudemos perceber que em diversas justificativas o argumento se revela bastante superficial e/ou sucinto, motivo pelo qual vimos pedir a reavaliação total de nossas notas. Senão vejamos.

No caso da avaliação da proposta técnica desta Recorrente, destacamos os seguintes pontos, que valem inclusive para os 03 avaliadores:

III.1. Subitem 8.6, letra "e" – Da Capacidade de Atendimento:

O edital exigiu, no subitem 8.6 "e", o seguinte:

> *8.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentara:*
> *(...)*
> *e) a discriminação das* ***informações de marketing e comunicação****, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocara regularmente a disposição da Assembleia Legislativa , sem ônus adicionais, na vigência do contrato.*

A avaliação deste quesito se deu com base no seguinte dispositivo editalício:

> *9.2.2 Capacidade de Atendimento*
> *(...)*

*f) a relevância e a utilidade das **informações de marketing e comunicação**, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocara regularmente a disposição da Assembleia Legislativa, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. (2,5)*

Neste sentido, a G2 recebeu APENAS 1,6, enquanto a empresa GRAFITE recebeu 2,5, o que se revela bastante incoerente. Os avaliadores entenderam que a pontuação seria diferente e, se assim deve ser, a maior pontuação deve ser conferida a este Recorrente, uma vez que, no que diz respeito ao item ***informações de marketing e comunicação,*** entregamos não somente o mesmo que a empresa GRAFITE, como na verdade foram entregues 02 meios a mais.

O mais razoável seria aumentar a pontuação da G2, visto que o requisito foi atendido. Vale dizer, entendemos que a avaliação foi muito rigorosa. Adotando um critério objetivo, a proporção "item x ponto" não conduz a redução da nota proposta.

Isto posto, concluímos que estamos diante de um flagrante conflito na pontuação, eivado de subjetivismo, que nos remete ao famoso brocardo **"dois pesos, duas medidas"**. Isto é inconcebível!

Indo além, a Recorrente um comparativo entre o material apresentado pela mesma em confronto com o das demais Agências, e o que registramos aqui é que as notas de **Repertório e de Relatos de Solução de Problemas** estão totalmente incoerentes, mesmo considerando certo grau de subjetividade aplicado ao julgamento.

Apesar da subjetividade inerente a avaliação das campanhas publicitárias, alguns itens são extremamente objetivos e elevam as peças apresentadas para uma escala onde, aí sim, a subjetividade é relevante.

Em outras palavras, existem questões técnicas (apenas citando algumas: facilidade de leitura, adequação ao meio, cores, tipo de linguagem utilizada, inventividade etc.) que permitem sim estabelecer em qual patamar se encontram certas peças.

E este patamar, entendemos ter sido mal estabelecido nos critérios Repertório e de Relatos de Solução de Problemas das Agências já citadas.

Cabe frisar que até o cliente é fundamental para poder avaliar a capacidade de uma agência e, neste aspecto, é fato que a **G2** supera seus concorrentes, na medida que estes mesmos clientes atestam desafios muito mais complexos de comunicação, responsabilidade muito maior com resultados e linguagem a ser entendida por um público muito maior, além de responsabilidade de utilizar uma verba de mídia mais relevante.

Neste sentido, pedimos a reavaliação das notas de **Repertório e de Relatos de Solução de Problemas.**

IV – DOS ARGUMENTOS DOS JURADOS ÀS NOTAS ATRIBUÍDAS:

O desenvolvimento do raciocínio básico se constrói na mesma dinâmica de desenvolvimento que é apresentado o briefing e, no caso da G2, o raciocínio propôs a mesma cadência de desenvolvimento.

Primeiramente, insta assinalar que nos baseamos a partir do Código de Ética e compreensão do papel da mídia de massa, os quais são:

1. É responsabilidade moral da mídia disseminar informações em cada aspecto da realidade em que nós vivemos.
2. A mídia deve disseminar a informação com respeito e consideração pelo público.
3. A informação deve ser organizada, distribuindo o "peso" dos diferentes setores, para respeitar o direito ao conhecimento de importantes grupos sociais.

4. A informação deve refletir a realidade com uma variedade de conteúdo e notícias que espelhem os componentes da real situação, à medida que seja definida.

5. A informação deve procurar, sempre que possível, as causas dos eventos que influenciam o comportamento dos seres humanos.

6. A mídia tem o privilégio e a tarefa de reportar os eventos relatados no contexto de sua relação com os princípios da responsabilidade e da busca pelo bem comum.

7. É privilégio, tarefa e responsabilidade da mídia fazer o seu melhor para enfatizar as conexões entre os eventos mundiais mais significativos.

De forma geral, entendemos que as argumentações sobre as notas aplicadas expressaram sentimentos um tanto quanto subjetivos e vagos, impressões desprovidas de uma justificativa centrada em contextos técnicos do que explicita o edital, o que dificulta, inclusive, nossa contra-argumentação recursa sobre as justificativas.

IV.1 – QUANTO AO SUBITEM "RACIOCÍNIO BÁSICO":

Em nosso entendimento, justificativas como "Explanação razoável", "Impertinência nas colocações", "Conhecimento superficial", "Explicação confusa", "Regular", "Aceitável", dentre outras, sem a devida explicação ao que exatamente se referem, nos deixam sem instrumentos que nos permitam contra-argumentar as avaliações.

O que foi pedido no edital, em verdade, foi contemplado na proposta de forma objetiva.

A baixa nota que recebemos "4,5", então, reflete um peso muito grande para o lado subjetivo das avaliações, razão pela qual pedimos essa reavaliação.

IV.2 – QUANTO AO SUBITEM "ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA":

Mais uma vez, justificativas como "Totalmente inadequado", "Impertinente nas colocações", "Desdobramento confuso", "Argumentação sem propósito, muito fraca", "Exequível, mas

inadequado", sem a devida explicação ao que exatamente se referem, nos deixam sem instrumentos que nos permitam contra-argumentar as avaliações.

Aqui também, o que foi pedido no edital foi contemplado na resposta de forma objetiva.

A baixa nota que recebemos "3,0", por conseguinte, também reflete um peso muito grande para o lado subjetivo das avaliações, razão também, pela qual, pedimos essa reavaliação.

IV.3 – QUANTO AO SUBITEM "IDEIA CRIATIVA":

Reiterando, justificativas como "Confuso", "Original, mas de mau gosto" "Incompatível com a instituição" "Pobre de interpretações favoráveis" sem a devida explicação ao que exatamente se referem, nos deixam sem instrumentos que nos permitam contra-argumentar as avaliações. Nesse caso também, o que foi pedido no edital foi contemplado na resposta de forma objetiva. A baixa nota que recebemos "8,5", por conseguinte, também reflete um peso muito grande para o lado subjetivo das avaliações, razão também, pela qual, pedimos essa reavaliação, com base nos princípios da Razoabilidade e do Julgamento Objetivo.

Ademais, ainda sobre os quesitos **Estratégia de Comunicação Publicitária** e **Ideia Criativa**, outras considerações proferidas nos pareceu também um tanto quanto subjetivas.

Ao que tudo indica, pelos comentários realizados, o fato de termos utilizado um conceito "inspirado" na "Cultura Popular" foi entendido como se essa inspiração conversasse somente com pessoas que participam ativamente de um grupo específico de cultura popular, restringindo assim o público-alvo.

Consideramos essa colocação, além de muito subjetiva, um tanto quanto fora da realidade social e do que a cultura popular representa na vida das pessoas em geral. A cultura popular contém elementos que refletem expressões tradicionais do povo. Elementos que fazem

parte da memória afetiva das pessoas, mesmo que elas não convivam diariamente com eles.

São expressões que não tem dono, não pertencem a ninguém e, ao mesmo tempo, pertencem a todos. Expressões que nos definem em nossa essência, como seres humanos, brasileiros, nordestinos, sergipanos. Por isso, quando nos deparamos com tais expressões, nossa memória afetiva é ativada, conscientemente ou não.

Como decorrência deste tema da cultura popular, foi dito também que a nossa proposta colocou o público em função da ALESE e não a ALESE convidando o público.

Bem, nos parece senso comum que a participação popular no dia a dia da ALESE não acontece de forma satisfatória. Por mais que se convide, em geral as pessoas não estão se interessando por essa participação. Então, por um raciocínio objetivo, podemos chegar à conclusão de que essa estratégia não tem funcionado a contento.

E quando uma estratégia não está funcionando, é necessário humildade e coragem para mudar de perspectiva, caso contrário corremos o risco de tudo permanecer do mesmo jeito: legisladores legislando longe do povo, sem proximidade com suas percepções e anseios. O que se almeja como resultado objetivo do briefing é a participação popular no dia a dia da ALESE.

Se esse objetivo será conquistado por meio de um convite ou de um trabalho inclusivo incutindo nas pessoas o sentimento de pertencimento à instituição, isso não se mostra relevante. O importante, mesmo, do ponto de vista social, é que o objetivo seja alcançado, pois entendemos que o mais importante para a ALESE é justamente sua função social como casa representante dos anseios populares.

Por fim, entendemos que a referência à cultura popular, além de ter um forte apelo na memória afetiva das pessoas em geral – conversando dessa forma com o público como um

todo – agrega ainda um forte elemento ao papel da ALESE perante a sociedade, qual seja o de atuar valorizando a cultura popular.

Colocar a imagem da ALESE ao lado de expressões da cultura popular nordestina talvez seja tão significativo quanto criar leis para a valorização desses movimentos culturais, pois constitui um exemplo concreto de valorização das nossas tradições para toda a sociedade, ação que, com certeza, agregaria imenso valor ao papel da ALESE.

V – DAS JUSTIFICATIVAS QUANTO AO CONTEÚDO DAS PROPOSTAS DOS CONCORRENTES, NO QUE TANGE À FORMALIDADE E ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DO EDITAL:

Aqui, iremos salientar diversos pontos do material das Agências participantes que fogem ao formalismo exigido no edital e anexos, a saber.

V.1 - AGÊNCIA TEASER:

a) Previu a produção de *busdoor*. No entanto, esta é uma mídia mensal, e não quinzenal, como foi proposto no briefing da campanha fictícia. Considerando esta realidade, não encontramos evidência de período de divulgação, e esta informação é de extrema relevância dentro do plano de divulgação cujo impacto financeiro pode, ou não, melhorar o desempenho da Agência na Campanha proposta e, com isso, majorar ou reduzir sua pontuação final.

A Agência TEASER apresentou a mídia "Busdoor" como parte da sua estratégia de mídia. Esse meio possui por natureza o período de veiculação mensal e não quinzenal. Assim, os valores de tabelas padrão são comercializados para um período de 30 dias e não 15 dias.

Por conta do briefing solicitar uma campanha de 15 dias, existem duas hipóteses para essas propostas:

1º - A possibilidade de manipulação/negociação dos valores;
2º - O desperdício da mídia nos 15 dias restantes da campanha, caso tenha usado a tabela oficial no preço cheio do veículo sem negociações, o que demonstra um descaso com a verba pública.

Também vale ressaltar que, caso haja negociação, isso não foi solicitado no edital. O edital solicita que sejam trabalhados custos brutos e valores de tabelas, não permitindo negociação. Assim, pode caracterizar uma possível identificação do concorrente e prática desleal na concorrência.

Outro ponto, é que tratando dos valores dessa mídia, é possível ver a Agência utilizando o mesmo veículo (Mix Mídia), com mesmas características de contratação e quantidades (10 busdoors) e com custos praticados diferentes uma da outra.

Como pode uma mesma empresa ter valores diferentes para o mesmo cliente? A agência está trabalhando pelo valor líquido ou bruto? Solicitou valores diferenciados? Na planilha, está o valor cheio ou negociado para 15 dias?

Como o edital solicita o uso do preço de tabela e otimização da verba, não poderia ter negociação e nem mesmo descaso com verbas públicas.

V.2 - AGÊNCIA NOVI:

a) Também previu a produção de *busdoor*. No entanto, esta é uma mídia mensal, e não quinzenal, como foi proposto no briefing da campanha fictícia. Considerando esta realidade, não encontramos evidência de período de divulgação, e esta informação é de extrema relevância dentro do plano de divulgação cujo impacto financeiro pode, ou não, melhorar o desempenho da Agência na Campanha proposta e, com isso, majorar ou reduzir sua pontuação final.

A Agência NOVI também apresentou a mídia "Busdoor" como parte da sua estratégia de mídia. Esse meio possui por natureza o período de veiculação mensal e não quinzenal. Assim, os valores de tabelas padrão são comercializados para um período de 30 dias e não 15 dias.

Por conta do briefing solicitar uma campanha de 15 dias, existem duas hipóteses para essas propostas:

1º - A possibilidade de manipulação/negociação dos valores;
2º - O desperdício da mídia nos 15 dias restantes da campanha, caso tenha usado a tabela oficial no preço cheio do veiculo sem negociações, o que demonstra um descaso com a verba pública.

Também vale ressaltar que, caso haja negociação, isso não foi solicitado no edital. O edital solicita que sejam trabalhados custos brutos e valores de tabelas, não permitindo negociação. Assim, pode caracterizar uma possível identificação do concorrente e prática desleal na concorrência.

Outro ponto, é que tratando dos valores dessa mídia, é possível ver a Agência utilizando o mesmo veículo (Mix Mídia), com mesmas características de contratação e quantidades (10 busdoors) e com custos praticados diferentes uma da outra.

Como pode uma mesma empresa ter valores diferentes para o mesmo cliente? A agência está trabalhando pelo valor líquido ou bruto? Solicitou valores diferenciados? Na planilha, está o valor cheio ou negociado para 15 dias?

Como o edital solicita o uso do preço de tabela e otimização da verba, não poderia ter negociação e nem mesmo descaso com verbas públicas.

b) A Agência em questão indicou em seus documentos acostados ao processo um determinado endereço e, quando da diligência surpresa feita pela Presidente da CPL e sua equipe, houve uma divergência, conforme consta em ata:

> *"O endereço fornecido pela licitante foi Rua Benedito Guedes, 675, Coroa do Meio, fls. 697. Neste endereço fica localizado um condomínio fechado formado por duas casas, sem qualquer identificação da Empresa.*
> *Em pesquisa na internet, identificamos que o endereço constante no site é Rua Dr. Lúcio Prado, 163, Farolândia.*
> *No local, fomos recepcionados por Miriam da Silva Ramos que nos informo que os demais funcionários encontravam-se em home office.*
> *Nesta localização encontra-se o Condomínio Moacir Cardoso, 163, e a identificação da empresa consta da fachada da primeira casa."*

Ora, não entendemos a razão pela qual foi indicado um endereço, sendo que a empresa se localiza em outro. No mínimo, há uma informação desencontrada e, de forma objetiva (aqui cabe toda a objetividade exigida em um julgamento), há de se avaliar a necessidade da Comissão em buscar alternativas a fim de atingir o fim colimado, que é a confirmação das informações fornecidas.

Esta confirmação não significa, em caso negativo quando da diligência, que haveria de se buscar alternativas, ou seja, uma extensa busca na internet ou em outros meios, a fim de validar o que informou o Licitante em sua documentação.

Em verdade, a diligência não se destina exatamente a isso. Da forma como instruída, nos parece ter sido como uma "substituição de documento" que já deveria constar do processo.

Obviamente esta é uma analogia, significando que o endereço correto deveria já constar dos autos, e não um outro apenas conhecido posteriormente, e apenas por força de uma diligência que foi feita de forma não esperada.

Validamos a ação tomada pela Presidente da CPL e sua equipe. Afinal, a diligência é cabível sempre que houver a necessidade de **confirmação** (não complementação) de quaisquer informações fornecidas dentro do processo.

Entretanto, há de se levar em consideração que a negativa de confirmação não pode ser ajustada e nem alterada, e sim informada dentro do processo, para a decisão que se faz necessária.

In casu, a DESCLASSIFICAÇÃO conforme subitem 25.2:

> *25.2 As proponentes são responsáveis pela fidelidade e **legitimidade das informações** e dos documentos apresentados, em qualquer época.*

Marçal Justen Filho, in Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 11ª edição, discorre com propriedade em sua obra, *in verbis*:

> *Qual a extensão da diligência? [...] Suponha-se que o particular apresentou um certo atestado para comprovar o preenchimento de experiência anterior. **Há dúvidas**, no entanto, sobre a compatibilidade da contratação referida no atestado e o objeto licitado. Será obrigatório que a Comissão convoque o interessado a **esclarecer a natureza de sua experiência anterior.*** (grifamos)

E, sobre o tema, destacamos o Acórdão nº 1.170/2013 do Plenário da Corte de Contas da União:

> *Representação contra o Pregão Eletrônico 4/2012 realizado pela Diretoria do Pessoal Civil da Marinha (DPCvM) para registro de preços de equipamentos de microfilmagem apontou, entre outras irregularidades, a **"ausência de apresentação, pela vencedora do certame, da descrição completa do objeto ofertado, ante a omissão do modelo do equipamento".** (...)*

Acrescentou que "não há qualquer ilegalidade na diligência realizada pela pregoeira para esclarecer o modelo de equipamento ofertado pela Scansystem Ltda. Por um lado, porque a licitante apresentou sua proposta com as informações requeridas no edital ..., e, por outro, porque ***o ato da pregoeira objetivou complementar a instrução do processo, e não coletar informação que ali deveria constar originalmente".*** (TCU, Acórdão nº 1.170/2013, Plenário, Rel. Min. Ana Arraes, 15.05.2013.) (Grifamos.)

Vejam que a informação **DEVERIA CONSTAR ORIGINALMENTE** dos autos, e a diligência apenas confirmaria os dados fornecidos. Alterar o endereço de acordo com a pesquisa feita nos parece, pois, uma inserção de "documento" que deveria constar desde o início quando da entrega da documentação por parte do licitante.

Isso vai de acordo inclusive com o que consta em Edital, senão vejamos:

25.4 E facultado a Comissao de Licitacao, em qualquer fase da licitação, promover diligência, destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, ***vedada a inclusao posterior*** *de documento ou* ***informação*** *que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.* (grifamos)

V.3 - AGÊNCIA ART & C:

a) No caso desta Agência, a Comissão que fez a diligência fez o seguinte apontamento:

"Localizada na Avenida Dr. José Machado de Souza, 220, Condomínio Neo Office Jardins, sala 810 e 811, bairro Jardins.
No display existente no hall de acesso do referido condomínio as salas 810 e 811 são ocupadas pela Ampla, ao chegar ao 8º andar, as portas das referidas salas estão com a plotagem da Art. & C, Daniella informou que já foi enviada

a troca, mas o condomínio ainda não a fez. Como o acesso às salas depende de prévia autorização não tem causado transtornos maiores."

Neste caso, em que pese a identificação da empresa apenas quando da visita ao estabelecimento no 8° andar, há de se considerar que existe uma divergência de informação que, no nosso entendimento, pode confundir e interferir na avaliação.

Imagine se não fosse feita uma diligência? Neste caso, apenas verificando o display, a informação não se mostraria verídica, o que conduz ao julgamento conforme o subitem 25.2, que novamente destacamos:

25.2 As proponentes são responsáveis pela fidelidade e ***legitimidade das informações*** *e dos documentos apresentados, em qualquer época.*

VI – DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA AOS PRESENTES ARGUMENTOS TÉCNICOS QUE EMBASAM A PRESENTE PEÇA:

Conforme sustentado tecnicamente, e de forma exaustiva, nos tópicos acima, a licitação em apreço deveria estar em sintonia com os princípios norteadores da Administração Pública. Diz deveria porque os fatos acima retratados demonstram o desapego a esses valores, em especial aos da legalidade, da impessoalidade e do julgamento objetivo. Explica-se.

Como corolário lógico da ofensa à legalidade, restaram descumpridos os princípios da impessoalidade e do julgamento objetivo, cuja mensuração é facilmente percebida quando comparadas as notas/pontuações atribuídas aos licitantes nos subitens já registrados na presente peça com as próprias justificativas expressas pelos julgadores.

Em que pese a existência de critérios bem definidos no edital e seus anexos sobre o que deveria ser apresentado em cada quesito das propostas técnicas, bem como os atributos a

serem considerados durante o julgamento, houve evidente descompasso entre esses critérios e o resultado do julgamento, em desapego aos atributos válidos para pontuação, confirmando ofensa ao julgamento objetivo, conduzindo o certame a uma não intencional predileção.

Como dito, o julgamento feriu o julgamento objetivo, e isto está colocado de forma bastante clara na argumentação técnica alhures, onde diversos subitens tiverem justificativas idênticas, mas pontuações diferentes.

Vale dizer, há uma série de notas atribuídas pelos julgadores sem linearidade, dadas praticamente a esmo, conforme se depreende das justificativas expressas, conforme se verifica inclusive nos confrontos feitos entre as propostas técnicas, acima exposto.

Ademais, diversas notas atribuídas à ora Recorrente tem como justificativa que o conteúdo deste ou daquele subitem se mostrou "satisfatório", sendo que insatisfatório são os argumentos dos julgadores por não expor as razões concretas que os levaram a atribuir tal nota.

A não fundamentação e justificativa para as notas atribuídas à Recorrente, fere, além do Princípio da Legalidade, o Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório, bem assim ao Princípio da Fundamentação do Ato Administrativo.

Nunca é demais lembrar que a pontuação do item técnica, em licitações do tipo melhor técnica, deve ser obtida a partir de critérios consistentemente estruturados e de julgamento fundamentado, capazes de minimizar o grau de subjetividade inerente a esse tipo de licitação, o que, infelizmente não ocorreu na espécie diante da ausência de fundamentação às notas atribuidas à Recorrente.

Neste aspecto, o julgamento é irregular e falta MOTIVAÇÃO, pois a justificativa da nota não é clara acerca de qual fora a deficiência da proposta técnica da licitante.

José dos Santos Carvalho Filho denomina de *congruência entre o motivo e o resultado do ato*, aproveitando lição de Marcelo Caetano, de que *"os motivos deve aparecer como premissas donde se extraia logicamente a conclusão, que é a decisão"* (*in* Manual de Direito Administrativo, 26ª ed. São Paulo: Atlas, 2013. P 119)

Pois bem. Segundo tal lição, é necessário haver justificativa da decisão administrativa que enlace os motivos fáticos mensuráveis à consequência deles resultantes. No caso dos autos, inexiste logicidade da conclusão, porque as justificativas são, em sua maioria, aleatórias, vazias, carregadas de adjetivismo sem contraprova.

Há verdadeira incongruência entre a proposta técnica e a nota atribuída pelos julgadores, cuja justificativa não elide a motivação da nota.

Em razão do risco de subjetividade no julgamento técnico das propostas, a motivação do ato é fundamental para, em nome da transparência, permitir a aferição da congruência entre a justificativa apresentada e a realidade fática na qual se inspirou a vontade administrativa.

Na lição do saudoso Carlos Pinto Coelho Motta, *in* Eficácia nas Licitações e Contratos (8ª ed. Belo Horizonte, Del Rey, 1999), apoiada no magistério de Hely Lopes Meirelles,

> *É o princípio de toda licitação que o seu julgamento se apoie em fatores concretos pedidos pela Administração, em confronto com o ofertado pelos proponentes, dentro do permitido pelo edital. Em tema de licitação, a margem de valoração subjetiva e de discricionarismo no julgamento é reduzida à delimitada pelo estabelecido no edital.*

O objeto da presente peça recursal, a despeito do edital disciplinar minuciosos critérios para a atribuição de pontuação às propostas técnicas, houve flagrante ruptura entre os critérios do edital e aqueles empregados pelos julgados quando da aplicação das notas aos

licitantes, bem como subjetivismo e parcialidade nas justificativas expressas pelos julgadores acerca das notas atribuídas.

Diante do exposto, latente o desrespeito aos princípios da legalidade, da impessoalidade e do julgamento objetivo, a redundas em revisão total do julgamento, com reavaliação dos pontos atribuídos, medida esta que se requer.

E, mais especialmente no que tange ao princípio do julgamento objetivo, frisamos que este permite uma segurança jurídica aos participantes e ao órgão licitante, extraída do princípio do procedimento formal que se observem as regras por ele próprio lançadas no instrumento que convoca e rege a licitação.

É dizer, este princípio constitui em uma garantia para os licitantes, pois o mesmo proíbe que o órgão licitante inclua como requisito para habilitação qualquer informação ou documento que não tem previsão legal e que não esteja incluída na legislação, conforme assevera abaixo:

A supremacia da lei expressa a vinculação da Administração ao Direito, o postulado de que o ato administrativo que contraria norma legal é inválido. (COELHO, Curso de Direito Constitucional, p.966)

No mesmo sentido, trazendo acerca do princípio da vinculação do edital de licitação, o próprio Superior Tribunal de Justiça já assentou seu posicionamento:

> *ADMINISTRATIVO. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. PREGÃO. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL. REQUISITO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA NÃO CUMPRIDO. DOCUMENTAÇÃO APRESENTADA DIFERENTE DA EXIGIDA. 1. A Corte de origem apreciou a demanda de modo suficiente, havendo se pronunciado acerca de todas as questões relevantes. É cediço que, quando o Tribunal a quo se pronuncia de forma clara e suficiente sobre*

a questão posta nos autos, não cabe falar em ofensa ao referidos dispositivos legais. Saliente-se, ademais, que o magistrado não está obrigado a rebater, um a um, os argumentos trazidos pela parte, desde que os fundamentos utilizados tenham sido suficientes para embasar a decisão, como de fato ocorreu na hipótese dos autos. 2. O Tribunal de origem entendeu de forma escorreita pela ausência de cumprimento do requisito editalício. Sabe-se que o procedimento licitatório é resguardado pelo princípio davinculação ao edital; esta exigência é expressa no art. 41 da Lei n. 8.666 /93. Tal artigo veda à Administração o descumprimento das normas contidas no edital. Sendo assim, se o edital prevê, conforme explicitado no acórdão recorrido (fl. 264), "a cópia autenticada da publicação no Diário Oficial da União do registro do alimento emitido pela Anvisa", este deve ser o documento apresentado para que o concorrente supra o requisito relativo à qualificação técnica. Seguindo tal raciocínio, se a empresa apresenta outra documentação - protocolo de pedido de renovação de registro - que não a requerida, não supre a exigência do edital. 3. Aceitar documentação para suprir determinado requisito, que não foi a solicitada, é privilegiar um concorrente em detrimento de outros, o que feriria o princípio da igualdade entre os licitantes. 4. Recurso especial não provido. (STJ - RECURSO ESPECIAL REsp 1178657 MG 2009/0125604-6)

O Supremo Tribunal Federal também já tratou da questão em decisão assim ementada:

ADMINISTRATIVO. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL DE LICITAÇÃO. 1. A observância do princípio da vinculação ao edital de licitação é medida que se impõe, interpretado este como um todo, de forma sistemática. Desta maneira, os requisitos estabelecidos nas regras editalícias devem ser cumpridos fielmente, sob pena de inabilitação do concorrente, nos termos do art. 43, inciso IV, da Lei nº8666/93. 2. Agravo de instrumento

improvido. (AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 5013232-54.2014.404.0000/RS)

Portanto, diante do exaustivamente exposto, resta claro que a nota/média aplicada à Recorrente deve ser majorada, e sucessivamente, caso entendam os avaliadores pela manutenção da nota desta que ora peticiona – o que não se espera, mas apenas se argumenta – requer que sejam revisadas as notas de todos os classificados.

VII – DO REQUERIMENTO:

Diante do exposto, e confiante nos elevados critérios de julgamento e bom senso que sempre nortearam a conduta desta nobre Comissão, que certamente não negará vigência à legislação aplicável, requer seja recebido o presente recurso e, no mérito, conhecido para que a Comissão de Licitação reveja os pontos da Recorrente de acordo com os motivos aqui declinados, de modo a garantir o fiel cumprimento do edital e que os interesses da Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe venham a ser respeitados.

Pede e aguarda deferimento por ser de Direito e de lídima JUSTIÇA!

Aracaju/SE, 28 de abril de 2020.

RAFAEL GALVÃO
G2 COMUNICAÇÃO